

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil dan Sejarah Singkat BMT NU Cabang Pasean Pamekasan

BMT NU lahir berangkat dari sebuah keprihatinan pengurus MWC Nahdatu Ulama atas kondisi masyarakat Sumenep pada umumnya dan masyarakat kecamatan Gapura pada khususnya atas semakin merajalelanya praktik rentenir dengan bunga hingga 50% perbulan yang nyata-nyata mencekik usaha mereka sehingga sulit berkembang. Oleh karenanya, pada tahun 2003 pengurus MWC NU Gapura waktu itu bertindak sebagai rois Suriyah KH. M. Asy'ari Marzuki dan sebagai ketua Tanfidziah KH. Moh. Ma'ruf, memberikan tugas kepada lembaga perekonomian yang waktu itu bertindak sebagai ketua lembaga perekonomian adalah Masyudi untuk melakukan aksi nyata dalam meningkatkan ekonomi warga nahdliyin. Untuk mewujudkan program tersebut, serangkaian upaya telah dilakukan oleh Lembaga Perekonomian MWC NU. Oleh karenanya, ketua Lembaga Perekonomian NU kala itu, menawarkan gagasan untuk mendirikan *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) sebagai lembaga keuangan mikro syariah yang bergerak di bidang usaha simpan pinjam bagi anggotanya.

Pada tanggal 01 juli 2004 pengurus MWC NU bersama lokakarya BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*). Tahun 2006 BMT NU mulai berkembang, Pada tanggal 12 April 2007 pengurus melengkapi legal formalnya, pada tanggal 4 Mei 2007 telah resmi terdaftar di akte notaris.

Dengan Nomor: 10/Badan Hukum:188.4/11/BH/XVI.26/435.113/2007,SIUP: 503/6731/SIUPK/435,114/2007, TDP: 132125200588, dan NPWP: 02.599.962.4-608.000.¹ Pada tanggal 18 Agustus 2016 KSPP. SYARIAH BMT NU Cabang Pasean didirikan yang bertempat di daerah Pasean tepatnya Sebelah Barat Pasar Pasean Desa Tlontoraja Kecamatan Pasean Kabupaten Pamekasan dengan modal awal 387.882.965 dan jumlah karyawan 5 pengelola. Dengan semakin tingginya tingkat kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan syari'ah khususnya.

Adapun visi dari BMT NU Cabang Pasean yaitu Terwujudnya BMT NU yang jujur, amanah, dan profesional sehingga anggun dalam layanan, unggul dalam kinerja menuju terbentuknya 100 kantor cabang pada tahun 2026 untuk kemandirian dan kesejahteraan anggota.

Adapun misi dari BMT NU Cabang Pasean ialah sebagai berikut:

- 1) Memberikan layanan prima, bina usaha dan solusi sebagai pilihan utama.
- 2) Menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai syariah secara murni dan konsekuen sehingga menjadi acuan tata kelola usaha yang profesional dan amanah.
- 3) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan menuju berdirinya 100 kantor cabang pada tahun 2026.
- 4) Mengutamakan penghimpunan dana atas dasar ta'awun dan penyaluran pembiayaan pada segment UMKM baik secara perseorangan maupun berbasis jamaah.
- 5) Mewujudkan penghimpunan dan penyaluran zakat, infaq, shodaqah dan wakaf.

¹ [Http://www.bmtnujawatimur.com/](http://www.bmtnujawatimur.com/) diakses pada tanggal 16 Oktober 2022

- 6) Menyiapkan dan mengembangkan SDI yang berkualitas, profesional dan memiliki integritas tinggi.
- 7) Mengembangkan budaya dan lingkungan kerja yang ramah dan sehat serta management yang sesuai prinsip kehati-hatian.
- 8) Menciptakan kondisi terbaik bagi SDI sebagai tempat kebanggaan dalam mengabdikan tanpa batas dan melayani dengan ikhlas sebagai perwujudan ibadah.
- 9) Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan jamaah.

Adapun tujuan dari BMT NU Cabang Pasean adalah Meningkatkan kesejahteraan bersama dengan berbagi keuntungan melalui kegiatan ekonomi yang menaruh perhatian pada nilai-nilai dan kaidah-kaidah muamalah *syar'iyah* yang memegang teguh keadilan, keterbukaan dan kehati-hatian.

Adapun budaya kerja dari BMT NU Cabang Pasean yaitu:

- 1) *Siddiq* (Menjaga martabat dan Integritas).
- 2) *Amanah* (Terpercaya dengan penuh tanggung-jawab).
- 3) *Fathonah* (Profesional dan ikhlas dalam mengabdikan).
- 4) *Tabligh* (Bekerja penuh keterbukaan dan kejujuran).
- 5) *Istiqomah* (Giat dan konsisten menuju kesuksesan)

Adapun prinsip kerja dari BMT NU Cabang Pasean ialah:

- 1) Jujur (mengedepankan kejujuran dan kebenaran dalam berfikir, bersikap, mengabdikan, dan melayani).
- 2) Giat (mengedepankan tugas dan tanggungjawab di atas kepentingan pribadi serta mengabdikan tanpa batas).
- 3) Ikhlas (mengedepankan nilai-nilai ibadah dan melayani umat dengan ikhlas).

B. Paparan Data

Penyajian data kali ini peneliti berusaha memaparkan data sesuai dengan apa yang telah ditemukan peneliti selama proses penelitian dilapangan. Dalam hal ini terdapat tiga cara untuk mengumpulkan data yaitu melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hal ini bertujuan untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang diajukan peneliti khususnya yang berkaitan dengan Strategi Marketing Pada Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) Di BMT Nu Cabang Pasean Pamekasan. Sebagaimana data yang telah diperoleh dari hasil penelitian, peneliti telah menemukan jawaban atas masalah yang telah diangkat.

1. Strategi Marketing Pada Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan

Diantara beberapa pilihan terkait dengan strategi marketing pada produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan lebih memilih untuk menerapkan strategi pemasaran yang disebut dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, yang di dalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

a. (*Product*) Produk

Produk ini merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Maka dari itu, pihak perusahaan haruslah memperhatikan setiap produk yang hendak ditawarkan pada nasabah, sehingga nantinya akan banyak masyarakat yang tertarik pada produk-produk yang ada BMT NU Cabang Pasean Pamekasan.

Oleh karena itu strategi pemasaran dalam pelaksanaan produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) yang memberikan manfaat bagi para nasabahnya. Berkaitan dengan hal ini Bapak Nurul Rasyid selaku Kepala Cabang BMT NU Cabang Pasean Pamekasan mengungkapkan bahwa:

“Produk sidik fathonah (simpanan Pendidikan) merupakan tabungan pendidikan atau simpanan bagi anggota yang ingin meraih cita-cita pendidikan secara sempurna. Dalam tabungan ini paling banyak digunakan oleh pelajar atau siswa dan juga lembaga sekolah karena sangat bermanfaat bagi pelajar ataupun lembaga tersebut tersebut, salah satunya akan mendapatkan bagi hasil ataupun juga beasiswa.”²

Sejalan dengan pernyataan tersebut, Bapak Lutfiki selaku bagian tabungan menyatakan bahwa:

“Tabungan sidik fathonah (simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan ini dek adalah tabungan pendidikan dan keunggulannya jika ada lembaga yang mau menabung disini selain mendapat bagi hasil juga bisa mendapatkan bagi hasil setiap bulan atau bisa di ambil setahun 2 kali dan bisa juga mendapatkan beasiswa”³

Tambahan juga disampaikan oleh ibu Zainatul Ulfa selaku CS di BMT NU cabang pasean sebagai berikut yang berkaitan dengan persyaratan untuk menjadi anggota Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) yaitu:

“Persyaratannya seperti tabungan biasanya yaitu membutuhkan KK dan KTP, namun untuk siswa yang tidak mempunyai KTP karena tidak mencukupi umur juga bisa menabung ditabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) dengan menggunakan KK saja, apabila lembaga yang mendaftarkan harus menggunakan KTP dan KK”⁴

² Nurul Rasyid, Kepala Cabang BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

³ Lutfiki, Juru Tabungan BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

⁴ Zainaul Ulfa, CS BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa implementasi dari bauran pemasaran yang berupa produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pelajar ataupun siswa yang nantinya akan mendapatkan keuntungan perbulan atau setahun dua kali dan juga lembaga sekolah bisa mendapatkan beasiswa.

b. (Price) Harga

Dalam proses bauran pemasaran harga merupakan satu komponen penting dalam menentukan keberhasilan suatu produk.. Tujuan penentuan harga yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Pasean Pamekasan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan produk-produk yang ada, salah satunya produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) yang diharapkan bermanfaat bagi para nasabah.

Penerapan bauran marketing *price* (harga) yang digunakan dalam memasarkan produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) yang terjangkau dan tidak memberatkan nasabah seperti yang dipaparkan oleh Bapak Nurul Rasyid selaku Kepala Cabang BMT NU Cabang Pasean Pamekasan mengungkapkan, sebagai berikut:

“Untuk harga yang sudah diberikan oleh BMT NU Cabang Pasean Pamekasan terhadap Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) ini sangat terjangkau karena target kami adalah siswa, pelajar yang aktif atau nasabah. Untuk biaya pendaftarannya sebesar Rp. 5000,00 itu setoran awalnya dan uang setoran minimalnya sebesar Rp. 2.500,00 dan untuk selanjutnya bisa menabung dengan minimal simpanan sebesar Rp. 500,00.”⁵

⁵ Nurul Rasyid, Kepala Cabang BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

Hal yang hampir sama dan juga tambahan yang disampaikan oleh Bapak Lutfiki selaku juru tabungan BMT NU Cabang Pasen Pamekasan, sebagai berikut:

*“Harga yang sudah diberikan oleh BMT NU Cabang Pasean Pamekasan sudah sangat terjangkau dan membantu masyarakat yang membutuhkan, dari mulai daftat sebesar Rp. 5.000,00 dan di awal hanya sebesar Rp. 2.500,00 dan selanjutnya minimal hanya sebesar Rp. 500,00 saja. Apabila atas nama lembaga pendidikan akan mendapatkan beasiswa dari BMT NU cabang pasen dan bagi untuk siswanya sendiri sama saja seperti nasabah lainnya yaitu mendapatkan bagi hasil sebesar 45%”.*⁶

Peneliti bertemu dengan salah satu nasabah pelajar yang bernama Moh. Khirur Rozikin sebagai pelajar SMA memberikan pendapat mengenai harga yang diberikan oleh BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, sebagai berikut:

*“Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) yang ada di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan menurut saya sangat bisa dijangkau dan terbilang terjangkau mbak karena biayanya yang sangat rendah dengan biaya daftar sebesar Rp. 5000,00 dan biaya awal sebesar Rp. 2.500,00 dan selanjutnya minimal hanya sebesar Rp. 500,00. Oleh karena itu saya menggunakan produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan).”*⁷

Dari hasil wawancara diatas, diketahui bahwa penerapan atau implementasi dari bauran pemasaran (*price*) harga ialah sudah memberikan harga yang terjangkau kepada nasabah yang akan menggunakan produk yang ada dan masyarakat tinggal memilih sesuai kebutuhan, salah satunya

⁶ Lutfiki, Juru Tabungan BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

⁷ Moh. Khirur Rozikin, Pelajar SMA, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan). Untuk biaya daftar seharga Rp. 5.000,00 dan untuk biaya awal sebesar Rp. 2.500,00 dan untuk selanjutnya minimal hanya Rp. 500,00. Dan nantinya akan mendapatkan bagi hasil 45%.

c. (Place) Tempat

Lokasi adalah tempat di mana suatu lembaga atau badan usaha berdiri dan melakukan usahanya. Dalam Islam penentuan lokasi haruslah selalu mengedepankan kemaslahatan masyarakat dan selalu menghindari unsur kedzaliman terhadap masyarakat di sekitarnya. Penentuan tempat yang strategis juga menjadi salah satu tolak ukur untuk memastikan kelancaran dari usaha bisnis.

Penerapan bauran marketing *place* (tempat) yang digunakan dalam memasarkan produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) yang terjangkau dan strategis membuat masyarakat mudah menjangkaunya. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Nurul Rasyid selaku Kepala Cabang BMT NU Cabang Pasean Pamekasan mengungkapkan, sebagai berikut:

*“Untuk lokasi BMT NU Cabang Pasean tempatnya strategis karena tempatnya itu tepat di area pasar pasean dan berada di utara jalan, sehingga langsung bisa dilihat oleh calon-calon nasabah dan juga di depan, di barat dan di timur BMT dikelilingi dengan lembaga-lembaga Pendidikan yang merupakan salah satu lembaga yang menjadi nasabah dari BMT NU Cabang Pasean itu sendiri”.*⁸

⁸ Nurul Rasyid, Kepala Cabang BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

Pernyataan tersebut didukung oleh pendapat yang disampaikan Ibu Zainatul Ulfa selaku CS bagian keuangan di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, sebagai berikut:

“Penting bagi perusahaan untuk menempatkan perusahaan di tempat yang strategis, supaya memberikan kemudahan kepada pelanggan maupun calon pelanggan yang akan kesini tentunya. Ditambah lagi dengan akses transportasi umum yang juga masih bisa diakses untuk menuju kesini.”⁹

Peneliti bertemu dengan salah satu nasabah yang bernama Ibu Suhar, salah satu nasabah pengajar SDN Batukerbuy 1 yang memberikan pendapat mengenai lokasi BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, sebagai berikut:

“Menurut saya tempat lokasi sangat strategis, ada dipinggir jalan raya dan juga aksesnya bisa menggunakan angkutan umum. Oleh karena itu lokasi tempat BMT NU Cabang Pasean Pamekasan sudah baik dan strategis.”¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat ditarik satu kesimpulan bahwa pemilihan lokasi BMT NU Cabang Pasean Pamekasan memang sejak awal mencari lokasi yang strategis supaya mempermudah bagi setiap pelanggan maupun calon nasabah dalam mengakses lokasi. BMT NU Cabang Pasean Pamekasan yang terletak di Jalan Raya Pasar Pasean (Sebelah Barat Pasar Pasean) Desa Tlontoraja Kecamatan Pasean Kabupaten Pamekasan. Menempatkan perusahaan di tempat yang strategis, pemilihan lokasi di pusat

⁹ Zainaul Ulfa, CS BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

¹⁰ Suhar, Pengajar SDN, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

kota pasar yang memudahkan masyarakat mengakses ke BMT NU Cabang Pasean Pamekasan.

d. (*Promotion*) Promosi

Promosi merupakan sebuah usaha yang dilakukan pemasar dalam memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan. Kemudian informasi mengenai produk yang ditawarkan bisa dilakukan secara verbal maupun melalui cara lain seperti menggunakan pamflet atau baliho, dan brosur. Promosi disebut juga kegiatan memperkenalkan produk dengan menyakinkan suatu produk kepada nasabah.

Penerapan bauran marketing *promotion* (promosi) yang digunakan dalam memasarkan produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) dengan cara memberikan penjelasan secara terbuka kepada pelanggan maupun calon pelanggan secara jelas, selain itu juga promosinya dapat melalui beberapa media sosial, hal ini sebagaimana disampaikan langsung oleh Bapak Nurul Rasyid selaku Kepala Cabang BMT NU Cabang Pasean Pamekasan mengungkapkan, sebagai berikut:

“Metode promosi yang di gebrak oleh BMT NU cabang Pasean disini dek menggunakan beberapa cara seperti: menyebarkan brosur, dan media sosial contohnya kayak Facebook, instragram, whatsapp, webside, www.bmtnujatim.com, metode ini dek cukup efektif, itu terbukti dari banyaknya anggota Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) dan juga beberapa lembaga sekolahan maupun pondok pesantren sebagai anggota Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan).”¹¹

¹¹ Nurul Rasyid, Kepala Cabang BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Bapak Lutfiki sebagai juru tabungan di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, sebagai berikut:

“Melalui sosial media dan juga puluhan sales yang tersebar di masing-masing kota untuk memasarkan produk secara langsung ke rumah calon pelanggan serta membuka stand di tempat-tempat strategis atau dengan memberikan diskon bagi masyarakat yang ingin pasang baru.”¹²

Bapak Nanang selaku nasabah dari Pondok Pesantren Nurul Iman juga memaparkan pendapatnya mengenai promosi yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, sebagai berikut:

“Untuk Promosi yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Pasean Pamekasan dengan media social seperti website yang sudah ada dan juga memberikan brosur kepada para pengguna jalan yang melintas di depan BMT NU tersebut atau juga mempromosikan ke setiap pasar, sekolahan, pondok dan juga masyarakat sekitar. Itu sudah baik ya menurut saya mengenai promosi yang dilakukan.”¹³

Dari hasil wawancara tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa penerapan bauran pemasaran dibidang promosi yang dilaksanakan oleh pihak BMT NU Cabang Pasean Pamekasan dengan menggunakan media sosial. Selain itu promosi yang dilakukan juga dilakukan melalui pembagian brosur ke tempat-tempat strategis atau bahkan dengan cara mendatangi langsung ke rumah calon pelanggan untuk memberikan penjelasan terkait produk secara rinci.

¹² Lutfiki, Juru Tabungan BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

¹³ Nanang, Nasabah BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam memasarkan produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan

Penerapan strategi yang baik dan benar tentu akan menambah peluang untuk semakin banyak masyarakat yang akan tertarik untuk bergabung dengan sebuah perusahaan baik itu perusahaan jasa, keuangan ataupun perusahaan lainnya. Sebab semua jenis usaha itu pasti membutuhkan pelanggan ataupun konsumen agar usaha tersebut tetap berjalan. Konsumen ini dapat diartikan sebagai siapa saja yang berkepentingan dengan produk layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, konsumen itu dapat berupa perorangan, pemerintah, maupun swasta. Baik konsumen ataupun nasabah ini menjadi indikator keberhasilan maju tidaknya sebuah perusahaan.¹⁴

Untuk menerapkan sebuah strategi tersebut tentu ada faktor yang mendukung dan menghambat BMT NU Cabang Pasean Pamekasan dalam memasarkan produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan), sebagai berikut:

a. Faktor Pendukung

1) (Product) Produk

Produk-produk yang ditawarkan di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan sangat banyak, masyarakat bisa memilih sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Salah satu produknya ialah Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) yang merupakan tabungan yang ditujukan untuk

¹⁴ Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 189.

siswa atau pelajar yang ingin meraih cita-citanya. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Bapak Nurul Rasyid, selaku Kepala Cabang BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, sebagai berikut:

“Salah satu kelebihan pada produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) ini untuk pelajar, siswa yang ingin meraih cita-citanya yang tabungannya nanti digunakan untuk masa depan. Ini terbukti bahwa nasabah pelajar ada yang dari SD, SMP, SMP ataupun pondok pesantren.”¹⁵

Pernyataan tersebut memang dibenarkan oleh Bapak Nanang selaku nasabah Pondok Pesantren Nurul Iman, sebagai berikut:

“Dengan adanya produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) ini memudahkan para anak bangsa yang ingin meraih cita-citanya melalui pendidikan yang ada.”¹⁶

Selain Bapak Nanang ada juga Ibu Suhar selaku pengajar SD Batukerbuy 1 juga merupakan nasabah. Beliau mengungkapkan bahwa:

“Produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) ini memudahkan anak didik saya yang ingin menabung karena disini juga ada sistem bagi hasilnya atau keuntungannya.”¹⁷

Moh. Khoirur Rozikin salah satu nasabah pelajar juga menambahkan, sebagai berikut:

“Tabungan Sidik fathonah (simpanan pendidikan) ini tabungan supaya siswa atau pelajar dapat menabung untuk masa depan pendidikan”¹⁸

¹⁵ Nurul Rasyid, Kepala Cabang BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

¹⁶ Suhar, Pengajar SDN, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

¹⁷ Nanang, Nasabah BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

¹⁸ Moh. Khirur Rozikin, Pelajar SMA, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

Dari hasil wawancara diatas, dapat ditarik satu kesimpulan bahwa salah satu faktor pendukung dari strategi baruran marketing produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) mampu memberikan kemudahan, kesempatan kepada anak-anak yang ingin meraih cita-cita di masa depan.

2) (*Price*) Harga

Produk-produk yang ada di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan banyak dan memberikan *price* (harga) yang sudah sesuai. Salah satunya yang digunakan dalam produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) yang tidak memberatkan nasabah seperti yang dipaparkan oleh Bapak Lutfiki selaku Juru Tabungan BMT NU Cabang Pasean Pamekasan mengungkapkan, sebagai berikut:

“Soal harga produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) sudah kami diskusikan untuk sebisa mungkin terjangkau kepada masyarakat yang membutuhkan untuk anak-anaknya masuk ke dalam dunia Pendidikan atau sekolah. Kami memberikan biaya pendaftarannya sebesar Rp. 5000,00 itu setoran awalnya dan uang setoran minimalnya sebesar Rp. 2.500,00 dan untuk selanjutnya bisa menabung dengan minimal simpanan sebesar Rp. 500,00.”¹⁹

Moh. Khoirur Rozikin juga membenarkan mengenai harga produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan), sebagai berikut:

“Saya sebagai pelajar merasa sangat dibantu adanya Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan), karena saya dapat menabung minimal Rp. 5.00,00 setelah membayar uang pendaftaran sebesar Rp. 5.000,00 dan di awal sebesar Rp. 2.500,00. Oleh karena itu ini menjadi factor pendukung dari produk ini.”²⁰

¹⁹ Nurul Rasyid, Kepala Cabang BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

²⁰ Moh. Khirur Rozikin, Pelajar SMA, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

Apa yang disampaikan oleh Bapak Lutfiki dan salah satu nasabah tersebut memang telah dibenarkan oleh salah seorang nasabah yang bernama Ibu Suhar, beliau mengungkapkan bahwa:

“Untuk harga menurut saya sudah membantu anak-anak yang kurang mampu ya, karena biayanya sangat murah dan terjangkau menurut saya.”²¹

Dari hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa harga yang ditawarkan menjadi salah satu faktor pendukung dari strategi bauran pemasaran dibidang harga. Hal ini bertujuan agar nasabah merasa tidak keberatan pada saat menabung.

3) (Place) Tempat

Penentuan lokasi yang dipilih oleh pihak BMT NU Cabang Pasean Pamekasan adalah karena terletak di pinggir jalan strategis sehingga memudahkan nasabah dalam mengakses lokasi. Hal ini sebagaimana disampaikan langsung oleh Bapak Nurul Rasyid selaku Kepala Cabang BMT NU Cabang Pasean Pamekasan mengungkapkan, sebagai berikut:

“Sebagaimana saya sampaikan diawal bahwa mudahnya mengakses lokasi kita ini merupakan faktor yang mendukung pemasaran kita dilihat dari segi lokasinya karena dekat dengan kota dan transportasi umum yang bisa berlalu-lalang didepan kantor.”²²

²¹ Suhar, Pengajar SDN, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

²² Nurul Rasyid, Kepala Cabang BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

Ibu Suhar sebagai salah satu nasabah juga membenarkan pernyataan tersebut:

“Lokasinya menurut saya mudah dijangkau, apalagi kayak angkot itu biasanya banyak kan disana, lokasinya juga persis di area pasar juga.”²³

Bapak Nanag sebagai nasabah juga menambahkan sebagai berikut:

“Lokasi yang berada dipinggir jalan merupakan lokasi yang strategis dan paling oke menurut saya.”²⁴

Moh. Khoirur Rozikin juga membenarkan mengenai harga produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan), sebagai berikut:

Menurut saya cukup strategis, karena tempat BMT NU cabang Pasean ini dekat dengan sekolah maupun rumah saya.”²⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa penentuan lokasi yang strategis merupakan faktor yang mendukung dari strategi bauran pemasaran dibidang lokasi atau tempat untuk menuju ke kantor BMT NU Cabang Pasean Pamekasan.

4) (Promotion) Promosi

Promosi salah satu hal yang juga penitng dalam ushaa bisnis. Promosi merupakan sebuah usaha yang dilakukan pemasar dalam memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan. Kemudian informasi mengenai produk yang ditawarkan bisa dilakukan secara ferbal maupun melalui cara lain

²³ Suhar, Pengajar SDN, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

²⁴ Nanang, Nasabah BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

²⁵ Moh. Khirur Rozikin, Pelajar SMA, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

seperti menggunakan pamflet atau baliho, dan brosur, hal ini sebagaimana disampaikan langsung oleh Bapak Nurul Rasyid selaku Kepala Cabang BMT NU Cabang Pasean Pamekasan mengungkapkan, sebagai berikut:

*“Metode promosi yang di gebrak oleh BMT NU Cabang Pasean Pamekasan disini dek menggunakan beberapa cara media sosial seperti: menyebarkan brosur, dan media sosial contohnya kayak Facebook, instragram, whatsapp, webside, www.bmtnujatim.com, dan juga bekerja sama dengan lembaga Pendidikan, metode ini cukup menjadi faktor pendukung berlangsungnya usaha bisnis.”*²⁶
tersebut didukung dengan apa yang telah disampaikan oleh Bapak

Nanang sebagai nasabah, beliau mengungkapkan bahwa:

*“Berawal dari brosur yang saya dapat dijalan dan juga melalui website, kemudian saya tanya-tanya terkait produk dan persyaratan, baru setelah saya rasa enak kemudian langsung datang ke kantor BMT NU Cabang Pasean Pamekasan.”*²⁷

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa strategi bauran pemasaran dibidang promosi pihak BMT NU Cabang Pasean Pamekasan. memiliki berbagai cara untuk mendukung promosi yang maksimal mulai dari pembagian brosur, kerjasama dengan lembaga dan dengan memanfaatkan sosial media.

²⁶ Nurul Rasyid, Kepala Cabang BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

²⁷ Nanang, Nasabah BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

b. Faktor Penghambat

a) (*Product*) Produk

Produk-produk yang ada di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan cukup banyak, namun untuk produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) hanya untuk pelajar yang aktif, seperti halnya yang disampaikan oleh Bapak Nurul Rasyid selaku Kepala Cabang BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, sebagai berikut:

*“Untuk produk di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan cukup banyak, bisa dilihat sendiri di website yang ada, namun produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) mempunyai persyaratan yaitu yang sedang aktif pelajar jadi untuk yang belum aktif pelajar tidak bisa,”*²⁸
Bapak Lutfiki selaku juru tabungan juga menambahkan, sebagai

berikut:

*“Namanya saja sudah Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan), simpanan Pendidikan untuk yang sedang aktif, bagi masyarakat yang belum sekolah itu tidak bisa.”*²⁹

Dari hasil wawancara tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwasanya hanya pelajar yang aktif yang bisa menggunakan produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan), yang belum aktif tidak bisa mendaftarkan. Hal inilah yang menjadi penghambat dari strategi bauran marketing dibidang produk ini.

²⁸ Nurul Rasyid, Kepala Cabang BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

²⁹ Lutfiki, Juru Tabungan BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

b) (*Price*) Harga

Dalam proses bauran pemasaran harga merupakan satu komponen penting dalam menentukan keberhasilan suatu produk. BMT NU Cabang Pasean Pamekasan memberikan patokan harga yang cukup terjangkau dan sepertinya tidak menjadi hambatan untuk para pelajar aktif yang disampaikan oleh Bapak Nurul Rasyid selaku Kepala Cabang BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, sebagai berikut:

“Untuk harga produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) sudah kami berikan paling terjangkau untuk seorang yang sedang aktif belajar dengan memberikan biaya pendaftarannya sebesar Rp. 5000,00 itu setoran awalnya dan uang setoran minimalnya sebesar Rp. 2.500,00 dan untuk selanjutnya bisa menabung dengan minimal simpanan sebesar Rp. 500,00.”³⁰

Moh. Khairur Rozikin sebagai pelajar SMA juga tidak keberatan mengenai harga tabungan yang diberikan oleh BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, sebagai berikut:

“Menurut saya sebagai pelajar aktif sudah sangat murah terjangkau, dan tidak menjadi faktor penghambat mengenai harga yang diberikan.”³¹

Dari hasil wawancara diatas diketahui bahwa tidak ada faktor yang menghambat strategi bauran pemasaran dibidang harga karena sudah relative terjangkau.

³⁰ Nurul Rasyid, Kepala Cabang BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

³¹ Moh. Khirur Rozikin, Pelajar SMA, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

c) (Place) Tempat

Lokasi BMT NU Cabang Pasean Pamekasan yang berada area sekitar pasar selain memberikan dampak positif pada kenyataannya juga sedikit memberikan dampak negatif. Hal ini sebagaimana disampaikan langsung oleh Bapak Lutfiki selaku juru tabungan, dimana beliau menyatakan bahwa:

“Diwaktu-waktu tertentu jalan utama didepan sana itu cukup padat atau macet. Macet ini tentu membuat pelanggan sedikit akan malas untuk datang kesini, biasanya seperti itu.”³²

Pernyataan tersebut memang telah dibenarkan oleh disampaikan oleh Bapak Nurul Rasyid selaku Kepala Cabang BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, sebagai berikut:

“Biasanya jam-jam rawan itu pagi pas orang-orang berangkat kerja dan anak-anak sekolah sama jam pulangya. Ya tentu ini membuat pelanggan sedikit malas kesini karena macet.”³³

Bapak Nanag salah nasabah juga menambahkan, sebagai berikut:

“Memang kalua jam-jam tertentu seperti pagi hari macet karena ada aktivitas di pasar, jadi kalau bisa hindari waktu-waktu padat.”³⁴

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa keadaan jalan yang seringkali macet diwaktu-waktu tertentu serta terlalu ramainya pasar dan jalan menuju lokasi BMT NU Cabang Pasean Pamekasan justru membuat sebagian masyarakat kesulitan ketempat tersebut.

³² Lutfiki, Juru Tabungan BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

³³ Nurul Rasyid, Kepala Cabang BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

³⁴ Nanang, Nasabah BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 13 Oktober 2022

d) **(Promotion) Promosi**

Ditinjau dari segi promosi, salah satu faktor yang menghambatnya ialah adanya beberapa kompetitor yang bergerak dibidang yang sama tentu membuat peluang semakin menyempit karena mereka telah bergabung dengan yang lain, begitu yang disampaikan oleh Bapak Nurul Rasyid selaku Kepala Cabang BMT NU Cabang Pasean Pamekasan mengungkapkan, sebagai berikut:

“Dilapangan sekarang ini sudah banyak sekali perusahaan-perusahaan yang mirip sehingga sedikit banyak mengganggu terhadap kinerja pemasaran produk yang ada disini.”³⁵

Menurut Bapak Lutfiki selaku juru tabungan di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, beliau mengungkapkan bahwa:

“Kadang-kadang yang menghambat promosi kita itu adalah cara menyampaikan teman-teman yang kurang kenak membuat orang kurang tertarik terhadap produk-produk kita”³⁶

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa faktor penghambat dari bauran pemasaran dibidangan promosi ialah adanya perusahaan-perusahaan sejenis atau kompetitor, selain ini cara penyampaian yang kurang tepat membuat masyarakat kurang tertarik.

³⁵ Nurul Rasyid, Kepala Cabang BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

³⁶ Lutfiki, Juru Tabungan BMT NU Pasean, Wawancara langsung di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, 8 Oktober 2022

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil temuan di lapangan baik itu dari hasil observasi maupun wawancara, peneliti menemukan temuan dilapangan sebagai berikut:

1. Strategi Marketing Pada Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan

- a. Implementasi dari strategi produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan ialah dengan menabung memberikan kontribusi untuk pelajar yang sedang aktif.
- b. Implementasi dari strategi harga produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan ialah memberikan yang cukup terjangkau kepada nasabah.
- c. Implementasi dari strategi tempat di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan ialah dengan memastikan bahwa lokasi kantor berada di tempat yang strategis sehingga memudahkan pelanggan untuk mengakses lokasi.
- d. Implementasi dari strategi promosi produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan ialah dengan memanfaatkan sosial media, memberikan brosur-brosur ditempat yang strategis serta memberikan edukasi kepada masyarakat.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam memasarkan produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan

a) Faktor Pendukung

- 1) Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan yang mampu memberikan kemudahan dan kesempatan kepada pelajar yang ingin meraih cita-cita.
- 2) Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan memberikan harga yang cukup terjangkau dan tidak memberatkan pelajar pada saat menabung.
- 3) BMT NU Cabang Pasean Pamekasan mempunyai lokasi yang strategis yang memudahkan mengakses ke lokasi yang terletak di pinggir jalan.
- 4) Adanya kemajuan teknologi dengan memanfaatkan sosial media, kerjasama dengan beberapa lembaga menjadikannya sebagai faktor pendukung dalam strategi bauran pemasaran dibidang promosi.

b) Faktor Penghambat

- 1) Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan hanya pelajar yang sedang aktif saja yang bisa mendaftarkan.
- 2) Mengenai masalah harga yang diberikan sudah cukup terjangkau sehingga tidak menjadi factor penghambat.
- 3) Karena lokasi BMT NU Cabang Pasean Pamekasan berada di jantung pinggir jalan di area pasar menyebabkan arus lalu lintas sedikit

terganggu terlebih di jam-jam rawan semisal pagi pada saat jam kerja, jam pasar, siswa berangkat sekolah atau pada saat pulangny.

- 4) adanya perusahaan-perusahaan sejenis atau kompetitor, selain ini itu cara penyampaian yang kurang tepat membuat masyarakat kurang tertarik.

D. Pembahasan

1. Strategi Marketing Pada Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan

Strategi adalah rencana yang menyeluruh dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Bagi perusahaan, strategi diperlukan tidak hanya untuk memperoleh proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.³⁷

Setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya selalu menyusun rencana kegiatan yang akan dilakukannya dalam rangka pencapaian tujuan usaha yang diharapkan. Rencana yang disusun memberi arah terhadap kegiatan yang akan dijalankan untuk pencapaian tujuan. Rencana kegiatan perusahaan yang menyeluruh harus didukung dengan rencana pelaksanaan yang lebih rinci dalam bidang-bidang kegiatan yang terdapat dalam perusahaan tersebut.

BMT NU Cabang Pasean Pamekasan memiliki beberapa cara untuk memasarkan produk yang mereka miliki, seperti pembagian brosur, kerjasama,

³⁷ Setyo Soedrajat, *Manajemen Pemasaran Jasa Bank*, (Jakarta: Ikral Mandiri Abadi, 1994), 17

dibeberapa lembaga dan tempat strategis dan pemanfaatan sosial media. Hal ini sebagaimana yang telah di sampaikan oleh pihak BMT NU Cabang Pasean Pamekasan yang disampaikan langsung pada peneliti, yaitu dengan menggunakan strategi bauran pemasaran atau dikenal dengan sebutan *marketing mix*. Adapun implementasi dari strategi pemasaran tersebut secara detail akan dijelaskan sebagai berikut:

a. **(Product) Produk**

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu memberikan kepuasan bagi penggunaannya.³⁸

Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut dan orang akan membeli suatu produk yang mempunyai keistimewaan mencolok. di BMT NU cabang Pamekasan mempunyai kebijakan apabila setiap lembaga pendidikan yang menabung mendapatkan bonus berupa tabunguan beasiswa dan bagi perorangan

³⁸ Nabilla, Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Beryanyi Di kota timika, *Jurnal Kritis*, Volume 5 Nomor 2 Oktober 2021.26.

hanya mendapatkan bagi hasil saja tiap bulan, salah satunya ialah Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan).

Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pelajar ataupun siswa yang nantinya akan mendapatkan keuntungan perbulan atau setahun dua kali dan juga lembaga sekolah bisa mendapatkan beasiswa.

b. (*Price*) Harga

Dalam proses bauran pemasaran harga merupakan satu komponen penting dalam menentukan keberhasilan suatu produk.. Tujuan penentuan harga yang dilakukan oleh BMT NU Cabang Pasean Pamekasan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah yang menggunakan produk-produk yang ada, salah satunya produk Tabungan Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) yang diharapkan bermanfaat bagi para nasabah.

Penetapan harga pada dasarnya memang sepenuhnya ditentukan penjual. Aturan penetapan harga tersebut yaitu: Seorang penjual dilarang menjual pada harga yang lebih tinggi dari pada biaya input dan margin keuntungan. Penjual tidak diperbolehkan menetapkan harga yang berbeda kepada dua orang pembeli atau lebih atas barang yang sama. Perlakuan semacam ini sama dengan riba.³⁹

Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) memberikan harga yang terjangkau kepada nasabah yang akan menggunakan produk yang ada dan masyarakat tinggal memilih sesuai kebutuhan, salah satunya Tabungan Sidik

³⁹ H. Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 208

Fathonah (Simpanan Pendidikan). Untuk biaya daftar seharga Rp. 5.000,00 dan untuk biaya awal sebesar Rp. 2.500,00 dan untuk selanjutnya pembayaran minimal hanya Rp. 500,00. Dan nantinya akan mendapatkan bagi hasil 45%.

c. (Place) Tempat

Dalam menentukan lokasi atau tempat perusahaan harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien. Lokasi bisnis yang tepat diharapkan dapat memenuhi harapan pengusaha untuk menarik konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan dan sebaliknya apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan lokasi akan menghambat kinerja bisnis dan secara otomatis keuntungan maksimal tidak akan dapat dirasakan oleh pengusaha tersebut. Pemilihan lokasi bisnis yang tepat dapat berhubungan langsung dengan meningkatnya pendapatan atau penghasilan suatu perusahaan dan memungkinkan untuk bisa kompetitif dan survival. Pemilihan lokasi biasanya sering dilakukan perusahaan dalam melakukan perluasan atau ekspansi bisnis di tempat lain.⁴⁰

Hal itulah yang diterapkan oleh pihak BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, dimana dalam penerapan strategi bauran pemasaran dibidang lokasi memang mencari lokasi yang strategis. Dalam hal ini BMT NU Cabang Pasean Pamekasan yang berlokasikan di dan pinggir jalan umum area pasar dan

⁴⁰ Mohammad Hamim Sultoni, Studi Kelayakan Bisnis Kajian Teori dan Analisis Studi Kasus, (Pamekasan: IAIN Madura Press, 2020), 19

didukung dengan mode transportasi yang mudah didapat tentu akan memudahkan nasabah untuk datang langsung ke kantor.

d. (*Promotion*) Promosi

Promosi pada zaman pemasaran modern sekarang ini tidak dapat diabaikan. Promosi ini sangat berkembang pada masa "*selling concept*" Dimana produsen Sangat mengandalkan, sangat memberi harapan tinggi akan meningkatkan penjualan dengan menggunakan promosi. Produsen mulai memperlihatkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Antara promosi dan produk, tidak dapat dipisahkan ini dua sejoli yang saling bersangkutan untuk menuju suksesnya pemasaran titik di sini harus ada keseimbangan, produk baik sesuai dengan selera konsumen dibarengi dengan teknik promosi yang tepat akan sangat membantu suksesnya usaha marketing. Termasuk di dalam kombinasi promosi ini adalah kegiatan kegiatan periklanan, *personal selling*, promosi, penjualan, *publicity*, Semuanya oleh perusahaan dipergunakan untuk meningkatkan penjualan.⁴¹

Salah satu tujuan promosi adalah mendapatkan pelanggan ataupun konsumen dari produk yang ditawarkan. Promosi ini juga bertujuan untuk memberikan informasi terkait produk, menjangkau konsumen lebih luas, mendatangkan pembeli, dan membangun brand. Mempromosikan produk merupakan sesuatu yang sangat penting, baik barang atau jasa dengan sistem

⁴¹ H. Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 211

periklanan. Bahkan periklanan pun dapat digunakan untuk mempromosikan kebenaran bagaimana seharusnya usaha bisnis.

Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) menerapkan strategi bauran pemasaran dibidang promosi yang memberikan penjelasan terkait dengan produk mereka baik itu melalui brousur atau secara langsung kepada calon konsumen. Selain itu mengenai pembiayaan yang terjangkau juga merupakan implementasi dari startegi bauran pemasaran dibidang promosi.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam memasarkan produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan

Penentuan strategi yang tepat tentu bertujuan untuk meningkatkan persentase penjualan sehingga keberlangsungan hidup suatu perusahaan tetap terjaga. Dalam hal ini BMT NU Cabang Pasean Pamekasan telah menetapkan bauran pemasaran atau *marketing mix* sebagai langkah untuk memastikan produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) yang mereka miliki laku dipasaran. Namun demikian tentunya pihak perusahaan perlu memahami apa saja faktor-faktor yang mendukung serta menghambat terhadap strategi bauran pemasaran dilihat dari segala aspek. Berikut merupakan faktor-faktor pendukung dan penghambat dari strategi bauran pemasaran di BMT NU Cabang Pasean Pamekasan, sebagai berikut:

a.) Faktor Pendukung

1) (*Product*) Produk

Harapan yang pertama dari BMT NU Cabang Pasean Pamekasan meluncurkan beberapa produk untuk mempermudah kepada masyarakat agar mempunyai banyak pilihan yang menyesuaikan dengan yang diinginkan. Salah satu produk BMT NU Cabang Pasean Pamekasan yang di luncurkan ialah Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan).

Banyak produk yang ditawarkan ini menjadikannya sebagai faktor pendukung terhadap strategi bauran pemasaran dibidangn produk ditengah banyak bermunculannya produk-produk di perusahaan kompetitor yang di Pamekasan. Oleh sebab itu, BMT NU Cabang Pasean Pamekasan senantiasa selalu mencari produk yang seperti apa yang diinginkan oleh nasabah, khususnya para pelajar yang sedang aktif berpendidikan. Hal ini bertujuan mampu memberikan kemudahan, kesempatan kepada anak-anak yang ingin meraih cita-cita di masa depan.

2) (*Price*) Harga

Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) biasanya memberikan *list* harga terhadap calon nasabah untuk memberikan kemudahan kepada calon nasabah agar dapat mendaftarkan ke BMT NU Cabang Pasean Pamekasan. Pendaftaran awal sebesar Rp. 5.000,00 dan di awal sebesar Rp. 2.500,00. Dan untuk seterusnya minimal hanya Rp. 5.00,00. Oleh karena itu, ini menjadi faktor pendukung dari penerapan strategi bauran pemasaran dibidang harga.

3) **(Place) Tempat**

Pemilihan tempat yang strategis menjadi salah satu Langkah penting untuk kemajuan suatu bisnis. Dalam hasil wawancara yang telah dilakukan menyebutkan bahwa memang penentuan lokasi yang strategis ini merupakan langkah pendukung dalam menerapkan strategi bauran pemasaran dibidang tempat atau lokasi.

BMT NU Cabang Pasean Pamekasan yang terletak di Jalan Raya Pasar Pasean (Sebelah Barat Pasar Pasean) Desa Tlontoraja Kecamatan Pasean Kabupaten Pamekasan. Menempatkan perusahaan di tempat yang strategis, pemilihan lokasi di pusat kota pasar yang memudahkan masyarakat mengakses ke BMT NU Cabang Pasean Pamekasan. Selain itu lokasi ini juga didukung oleh kemudahan dalam mengakses transportasi sehingga pelanggan yang hendak menuju lokasi diberikan beberapa pilihan yaitu bisa menggunakan kendaraan pribadi atau menggunakan transportasi umum.

4) **(Promotion) Promosi**

Pemanfaat sosial media dan juga *website* resmi BMT NU Cabang Pasean Pamekasan dijadikan sebagai sarana promosi dalam rangka memasarkan produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan). Selain itu, BMT NU Cabang Pasean Pamekasan juga mengadakan kerjasama kepada lembaga Pendidikan dan juga memberikan brosur ditempat yang strategis. Kegiatan semacam ini merupakan faktor pendukung dari strategi bauran pemasaran dibidang promosi yang diterapkan oleh BMT NU Cabang Pasean.

b) Faktor Penghambat

1) *Product*) Produk

Persyaratan yang hanya untuk pelajar yang sedang aktif saja membuat produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) tidak dapat dinikmati oleh segenap lapisan masyarakat. Hal inilah yang menjadi penghambat dari strategi bauran pemasaran dibidang produk.

2) *Price*) Harga

Produk Sidik Fathonah (Simpanan Pendidikan) biasanya memberikan *list* harga terhadap calon nasabah untuk memberikan kemudahan kepada calon nasabah agar dapat mendaftarkan ke BMT NU Cabang Pasean Pamekasan. Dalam hal ini tidak ada faktor penghambat karena harga yang diberikan terjangkau untuk kalangan manapun.

3) *Place*) Tempat

Lokasi BMT NU Cabang Pasean Pamekasan yang dekat dengan keramaian seperti pasar beberapa toko-toko besar yang di sekitar lokasi serta jalan kota yang ramai tentu sewaktu-waktu akan macet. Macet inilah yang membuat sebagian orang akan merasa malas untuk berlangganan. Terlebih lagi saat jam berangkat baik itu kerja ataupun siswa yang sekolah beserta jam pulang juga yang membuat jalanan lebih macet lagi.

4) (*Promotion*) Promosi

Ditinjau dari segi promosi, salah satu faktor yang menghambatnya ialah adanya beberapa kompetitor yang bergerak dibidang yang sama tentu membuat peluang semakin menyempit karena mereka telah bergabung dengan yang lain. Selain itu cara penyampaian yang kurang tepat membuat masyarakat kurang tertarik.